

# La ciudad del turista: El síndrome del parque de atracciones

Autor: José Manuel Pérez Quereda

Tutor: José Durán Fernández

Trabajo Final de Máster

Titulación: Máster habilitante de Arquitectura

Escuela Técnica Superior de Arquitectura

Valencia. Curso 2017-2018



# ARCH

LADY - 2017

La ciudad del turista - síndrome del parque de atracciones

TDA. José Manuel Pérez Quereda

# NO.2

En los Viejos Días el turismo no existía. Gitanos, caldereros, y otros verdaderos nómadas, incluso ahora vagan por sus mundos a voluntad, pero nadie pensaría en llamarlos “turistas”.

---

El turismo es una invención del siglo XIX-un periodo de la historia que a veces parece haberse alargado de forma antinatural. En muchos sentidos, aún estamos viviendo en el siglo XIX.

---

El turista busca Cultura porque en nuestro mundo, la cultura ha desaparecido en el estómago de la cultura del Espectáculo, ha sido derribada y sustituida con el Centro Comercial y el show televisivo. Porque nuestra educación sólo es una preparación para una vida de trabajo y consumo, porque nosotros mismos hemos dejado de crear. A pesar de que los turistas parezcan estar físicamente presentes en la Naturaleza o la Cultura, uno podría considerarles fantasmas encantando ruinas, carentes de toda presencia física. No están realmente ahí, sino que se mueven a través de un paisaje mental, una abstracción (“Naturaleza”, “Cultura”), coleccionando imágenes en lugar de experiencia.<sup>4</sup>

La ciudad del turista - síndrome del parque de atracciones.....

El turismo, ese motor de economía imparable, solucionador....  
de problemas. España está siempre el en top 3 de países  
más visitados del mundo y en los últimos años el número  
de visitantes no ha hecho mas que aumentar. Dentro de  
España, en los cinco primeros puestos nos encontramos  
con que el primer destino fue Cataluña con 17 millones,  
seguido de Baleares con 13, Canarias con 12, Andalucía con  
10 y la Comunidad Valenciana con casi 7,5 millones. Y los  
números no dejan de crecer, cada vez vienen más. A toda  
la industria relacionada con el sector servicios es un asunto  
que beneficia de forma directa, pero ¿cómo beneficia al  
ciudadano de a pie? Nadie niega el beneficio económico ni  
el intercambio socio-cultural, pero no podemos obviar los  
factores negativos.<sup>2</sup>

El proyecto se plantea como una utopía operativa, entendida..  
ésta como un vector de transformación ligado a la realidad.  
Una estrategia ideológica capaz de aportar energía a una  
situación concreta y no como un fin estático que materiali-  
zar lo más fielmente posible.

No se busca una remodelación, una ciudad futura o alterna-..  
tiva sino una crítica del modelo existente.

Una ciudad plenamente coherente con las lógicas implaca-....



bles del capital, una ciudad enfocada al turismo masivo, bajo la forma de un soporte homogéneo que, al no oponer ninguna resistencia al ciclo producción - consumo, está dirigido a acelerarlo.

.....  
El mundo en que vivimos, y ante todo su escenario.....  
material, se descubre cada día más restringido. [...] Sólo de su remodelación, o mejor aún de su estallido, surgirán posibilidades superiores de organización del modo de vida.<sup>3</sup>

.....  
De acuerdo...con la teoría de los opuestos de Baudrillard....  
Más turismo que el turismo, el supratourismo. Eliminación por colmatación. La presencia no se borra ante el vacío, se borra ante un redoblamiento de presencia que borra la oposición de presencia y ausencia.<sup>4</sup>

.....  
El ciudadano es apartado para dar paso al visitante. La.....  
ciudad ya no le pertenece, no le necesita. La ciudadanía pierde el espacio físico que previamente tenía asignado, complementario al espacio doméstico, privado y apolítico de la casa, el espacio público tiene un nuevo ente colonizador y el habitante de la ciudad ve relegada su posición en el sistema.  
¿Dónde pasa a ubicarse ese lugar de la ciudad entendi.....  
da como infraestructura potencialmente infinita, como

segunda naturaleza opuesta y complementaria de la vida privada dedicada al ciudadano?

.....  
El turista ha tomado a la ciudad como rehén provocando un cambio en la cumbre y anulando a los sujetos a los que antes le pertenecía. La introducción de un ente ajeno en la ciudad transforma el contexto el en que los ciudadanos la viven. En una situación así creada el sistema se las ingeniará con gran rapidez para descubrir que puede funcionar sin este individuo (la ciudad) y que, en cierto modo, es preferible no recuperarla, pues deshacer la "contaminación" del sistema se torna imposible. La ciudad como ente capitalista que acoge a aquel que mayor beneficio le aporta. El mercado se ha desbordado, ocupa todo el territorio y coloniza todas las parcelas de la vida.

.....  
Ya no solo la vida pública. ¿Qué ocurre con el ciudadano... cuando el visitante ocupa su lugar; cuando no es posible que siga habitando donde siempre lo ha hecho?  
En un sistema en el que se ha producido la total integración del sistema económico en la sociedad, la ciudad del turista se adhiere a la realidad y lo verosímil, al tiempo que lo reconfigura radicalmente para producir un escenario inverosímil. Mediante la *lucha* de la sociedad contemporánea y las fuerzas que pueden acabar destruyéndola, se busca una serie de elementos para la construcción de

un medio superior; ambientes nuevos que sean producto e instrumento de nuevas modalidades de comportamiento.

---

Esta historia arquitectónica de plasmar cómo sería el sistema en su desarrollo último, un estado de exasperación que haría enloquecer “el cerebro del sistema” y provocaría su crisis definitiva. Un proyecto ambiguo que persigue mejorar y optimizar el sistema que aspira a subvertir.

---

Desde este planteamiento se tiene la intención de sacar a plena luz, incluso arriesgándose a exagerarlo excesivamente, ciertos aspectos de la transformación de la ciudad y sus efectos sobre la misma, efectos que serían menos perceptibles desde otra perspectiva.

---



.....

¡Que vienen las suecas!

Para que el turismo, como fenómeno económico y social se establezca tienen que concurrir una serie de factores como son el desplazamiento, que el ciudadano viaje o que se acerque a nuevas realidades ajenas para él (ciberturismo); el ocio, como oposición a negocio; la condición de fenómeno de social que hace que en el primer mundo se convierta en una práctica necesaria.

Como señala Luis Javier Fortún, se trataría de un fenómeno social, dotado de proyección económica y definido tanto por la existencia de desplazamientos como por la práctica de ocupaciones no productivas.

9

Es en el siglo XIX, con la Revolución Industrial, el afianzamiento de la burguesía y gracias a la expansión del ferrocarril como facilitador de desplazamientos de larga distancia, cuando podemos hablar de viajes turísticos en los que se dan los ingredientes necesarios para que sean considerados como tal y entre ellos principalmente el ocio, convirtiéndose en una nueva realidad vital para el hombre. A finales del XIX Europa se puebla de grandes hoteles. Viajar y buscar ocio ya no es un hecho puntual e individual, sino que es un fenómeno social. En un principio propiedad de las altas esferas de la sociedad pero que poco a poco irá impregnando al resto de los estratos de la sociedad del mundo desarrollado. Ha nacido el turismo.<sup>3</sup>

Y COMO EN LAS Películas DE ALFREDO LANDA y Jose luís López Vázquez, VALENCIA se transforma para dar servicio a sus actores principales, los turistas.

Existe una barrera entre la ciudad como institución y la ciudad social y dentro de esta simbiosis, donde el habitante intenta lidiar con su día a día, hay que plantearse cuál es el rol del turista. Si es éste el principal y único culpable del malestar que parece estar provocando o no es más que otra marioneta manipulada por Tío Gilito, y que como Stefan Zweig señala, "es viajado".\*(desarrollar mas a partir de teorías de Zweig) Si el turista no es más que otra pieza más del neoliberalismo que se rige en función de la ley de la oferta y la demanda; donde a un mayor atractivo de la ciudad, mayor será la demanda, de forma que a esta mayor demanda las administraciones públicas intensificarán la oferta turística que la ciudad puede proporcionar; como un barco atrapado en un vórtice irrefrenable cayendo paulatinamente pero sin descanso al fondo de una situación de la que no se sabe muy bien cómo escapar. Las principales ciudades españolas se aferran al turismo con uñas y dientes para no hundirse en la miseria de la crisis, en una transformación continua en la búsqueda permanente de ese atractivo que atraiga al turista. Su abuso provoca un conflicto de la convivencia debido a una industria que genera beneficios a unos pocos y malestar a la mayoría. Nos encontramos inmersos en un modelo económico de bajo valor añadido y muy competitivo, vulnerables ante cualquier cambio de las condiciones politico-turísticas en otras zonas similares del Mediterráneo.

*Como un parque de atracciones al que solo puedes entrar si tienes dinero para pagar el ticket. El ciudadano se siente expulsado y poco querido.*<sup>4</sup>

Encontramos que en los centros de las principales ciudades el problema no es el turista, sino la sensación de que solo hay turistas. Y el aumento de los turistas hace que la ciudad se transforme de una forma que a su vez provoca su crecimiento. El problema no es el turismo, sino su descontrol y su masificación.

Circular por determinados espacios físicos permite crear lazos de pertenencia, el ir y el volver, la circulación alrededor de un espacio, la convivencia con él. Así, como señala Remedios Zafra, es la circulación la que contribuye a asentar un valor simbólico, un significado colectivo a partir de la repetición de una asociación colectiva. Caminar o transitar un espacio es una forma de poseer una tierra y de que la tierra nos contenga como algo suyo.<sup>5</sup> Cuando un agente externo se introduce y es capaz de modificar ese transitar porque el ciudadano ya no se siente cómodo circulando por determinadas zonas de la ciudad. Cuando la pertenencia del lugar ya no es tal, el lugar ha sido arrebatado y el habitante está siendo expulsado. Las ciudades pierden identidad colectiva y la ciudadanía se atomiza. Los ciudadanos lo son cuando son “conciudadanos” y se pueden identificar con su lugar. Es la conversión del ciudadano en individuo atomizado y la creciente dinámica disolvente de la ciudad, diseñada para el visitante o para el que vive como un visitante y que no se implica en la ciudad, lo que está minando la moral del sistema.<sup>6</sup> Es por ello que los habitantes de las ciudades más afectadas piden socorro por la opresión de un sistema que produce una marea humana que asfixia a los



barrios más turísticos debido a su imparable crecimiento, contaminando todos los aspectos materiales y morales de la vida ordinaria. Se origina una inflación en las zonas más turísticas provocando que todo se encarezca, especialmente la vivienda debido precisamente a la desaparición de buena parte del parque de viviendas por la proliferación de pisos turísticos. Los centros se banalizan, equiparándose los unos a los otros. *Todo el mundo se ha convertido en otra parte*<sup>7</sup>, como señala Eduardo Jordá. Los mismos comercios, franquicias, en avenidas con el mismo aspecto. No hay nada idéntico a sí mismo. La identidad ha muerto.

La turismofobia no existe. Existe un estado de cansancio ciudadano cuando se deteriora su modo de vida en pos del que está de paso, es entonces cuando se ve al turista como a un invasor. El término no busca sino criminalizar a aquellos que ven que este sistema de explotación turística a toda costa no beneficia sino a una pequeña minoría privilegiada a corto plazo y perjudica a la gran mayoría a medio y largo plazo. No existe un problema con el turista sino con el modelo económico que favorece la sobreexplotación turística.<sup>8</sup>

«Eres mi vida y mi muerte» escribieron  
Quintero, León y Quiroga.

Turistificación es un término con el que se alude al impacto que tiene la masificación turística en el tejido social y comercial de determinados barrios o ciudades.<sup>9</sup>

Internet ha modificado el turismo pero no sólo el turismo. Los tiempos están cambiando luego las costumbres cambian y las ciudades lo hacen a su vez. Se reinventa la historia de las ciudades, se las reconstruye con el objetivo que miles de consumidores acudan sin descanso ofreciéndoles aquello que desean encontrar. Airbnb surgió como una buena idea. Alquilar ocasionalmente esa habitación extra, compartir y conocer gente. El anfitrión conseguía un dinero extra y el turista un precio más barato y con frecuencia un trato más humano del que te podías esperar en los diferentes hoteles, hostales o Bed'n'breakfast. Nació con ese propósito, compitiendo contra caseros y hoteles. Prometía una economía colaborativa, horizontal.

Por citar su mercado con mayor número de propiedades en Europa, París cuenta con 78.000 alojamientos en alquiler. Para hacernos una idea, toda Italia, el tercer mercado de Airbnb, cuenta con unos 83.000 alquileres. Tras París viene Londres con cerca de 47.000 viviendas, Barcelona con 17.000, Madrid con 14.000 y, en nuestro caso, Valencia con más de 6.000.

Ocurre que unas pocas empresas gestionan la mayor parte de las propiedades disfrazadas de particulares. La economía colaborativa como lema del que se jactaba la plataforma ya no existe. Algo que a todas luces es una estrategia empresarial que se ha beneficiado y aprovechado de las inocentes intenciones con las que nació Airbnb y la falta, hasta hace bien poco, de cualquier tipo de control. Con estos números y sabiendo que más de la mitad de los alojamientos se alquilan al completo tenemos un número desorbitado de viviendas de uso exclusivamente turístico donde no vive nadie. Gestionadas la mayoría por agencias que reciben al visitante, se encargan de la limpieza de pisos e incluso, para evidenciar la ilusión de que nos encontramos en una casa normal, ofrecen servicios de interiorismo. Viviendas preparadas, con decoradas dudoso gusto, con numerosos objetos ornamentales salidos de la tienda de decoración más esperpética del lugar o exposiciones enteras de Ikea simulando un apacible hogar esperan a sus inquilinos. Todo para aportar ese halo artificioso de estar en un hogar y no en un hotel o un piso turístico, convirtiendo las propias viviendas en las atracciones del gran parque de atracciones en el que se ha convertido la ciudad.

Con una crisis que nos ha empujado a una situación en la que parece que tendremos que convivir una temporada. Crisis que se cebó especialmente con las desmedidas hipotecas e hizo que nos lanzásemos a alquilar en lugar de comprar y sumado a una ley de arrendamientos urbanos que recortaba en 2013 la duración máxima de los contratos de alquiler habitacional a 3 años, hace que tengamos como resultado la situación insostenible en la que nos encontramos. Las grandes empresas dedicadas a la venta y construcción de pisos pasan por uno de sus mejores momentos, favorecidos en su negocio por las buenas condiciones del mercado económico, pero también por el proceso paralelo que ha llevado a la casi desaparición de la vivienda protegida y de promoción pública, un desinterés por la rehabilitación de casas sin afán de lucro y una oferta de alquileres cada vez más escasa y más cara. Los planes de vivienda han estado orientados a favor de la promoción de nueva construcción y obviando casi por completo la demanda de habitación protegida o de alquiler asequible.<sup>40</sup>

El aumento de la demanda de vivienda de alquiler por parte del ciudadano plantea una guerra directa contra su principal competidor, el turista. Los posibles inquilinos han de rivalizar con la gran competencia de viviendas turísticas, bien contra las agencias dedicadas a adquirir edificios enteros o aquellas que directamente se encargan de desalojar a antiguos inquilinos y residentes en una nueva fiebre del ladrillo. La supuesta limpieza e higienización de barrios enteros no se han destinado a realojar a vecinos expulsados, sino a generar ofertas de lofts y viviendas caras que garantizaran la verdadera “renovación” del lugar, es decir, la gentrificación. Son los mismos organismos administrativos que tendrían la obligación de velar por el bienestar de los ciudadanos y protegerlos de los abusos inmobiliarios los que aparecen directamente implicados en tramas de mercantilización de la vivienda, de estrategias de “marketing urbano”, promoción y venta de la propia ciudad, con la consecuente exclusión residencial que esto supone para los sectores más vulnerables de la sociedad, como son los jóvenes, la gente mayor, los inmigrantes, la gente con pocos recursos en general, invocando para ello valores positivos de crecimiento, utilizándolos como coartada para la promoción turística y comercial de barrios enteros.

# PROS «TOURIST» UCIÓN

El actual modelo evidencia su mal hacer en la carga que supone para el ciudadano. La oferta de alquileres a largo plazo disminuye y, debido a la escasez, sus precios se elevan. La falta de viviendas en alquiler y el aumento de los precios está provocando movimientos en la población fuera de los centros de la ciudad - de los centros entendido como los puntos susceptibles de lo que Josep María Montaner ha llamado "gentrificación homeopática", fenómeno que consiste en recuperar zonas urbanas deterioradas, pero no para ponerlas a disposición de los sectores sociales más vulnerables y vulnerados, sino para recalificarlos en pos de su diversificación social, "de una reocupación por clases altas o medias de lo que antes habían sido barrios populares, rehabilitando viviendas deterioradas y revalorizándolas, haciéndolas inaccesibles para sus antiguos inquilinos, obligados a desplazarse, el llamado mobbing contra vecinos con el objetivo que desalojen viviendas o barrios enteros en fase de recalificación, como práctica sistemática de desalojo amparado por las autoridades <sup>12</sup>, situación que ocurre o está ocurriendo en mayor o menor medida - en búsqueda de opciones y precios más asequibles. Hoy en día es difícil ver anunciado un piso decente a un precio no desorbitado y cuando aparece, la situación se convierte en la ley del más rápido, del más atento, de aquel que dedica a buen seguro demasiado tiempo a encontrar un lugar donde al que llamar hogar, y tan pronto como aparece desaparece en tiempo récord.



Las políticas urbanísticas actuales que, no ya digamos buscan pero que al menos no impiden que los centros de las ciudades sean regulados por los mercados y estos se conviertan en parques temáticos, saturación de usos terciarios conflictivos con la convivencia y la consecuen- te pérdida de población autóctona. Forzados por una implacable presión inmobiliaria la población autóctona se esta viendo desplazada de los principales barrios para sacar partido turístico a las viviendas. La gente se está yendo porque ya no es posible vivir en unas condiciones decentes cuando la mayoría de la oferta está destinada a alquileres turísticos con precios inalcanzables para el común de los habitantes. Parece que las actuaciones de políticos y promotores responde al hecho de que parece inaceptable que en los centros de la ciudad vivan obreros, inquilinos de rentas bajas y otros elementos escasamente decorativos que puedan asustar a los turistas y a los nuevos - y de mayor poder adquisitivo - propietarios, a los que se pretende atraer a toda costa en una especie proce- so de ilegalización acotada de la pobreza, siguiendo una lógica de mercado de exclusión a través de los precios.

Todo ello sumado a la desaparición los comercios de uso cotidiano, sustituidos por comercios especializados en turistas: impostados souvenirs, alquiler de bicicletas, restauración, etc. La propia demanda ligada al directo aumento de los precios hace que los ciudadanos nos veamos también excluidos de este tipo de negocios.<sup>12</sup>

Como señala Manuel Delgado, cada vez más puede afirmarse que no es que el centro comercial imite la ciudad, sino que es la ciudad la que copia el modelo que le prestan los centros comerciales. Núcleos históricos peatonalizados para hacer de ellos superficies comerciales polifuncionales, en un mundo en el que ya no habrá vecinos sino clientes. Cualquiera es capaz de darse cuenta que el turismo masivo no es un buen negocio para un territorio. Está claro que mueve grandes sumas de dinero y que alguien se está lucrando, pero no son los vecinos.

*“Si usas gafas de pasta y te dedicas al diseño de interiores, éste es tu barrio; antes era el mío.”*

Exiliados. Refugiados. Desplazados de sus propias viviendas, de sus barrios, a las afueras, en la búsqueda una menor presión de los precios y un coste de vida más barato. Porque tu barrio ha dejado de serlo. ¿Qué porcentaje de población nativa están perdiendo los barrios debido a la proliferación de pisos turísticos, al avasallamiento del que está de paso? ¿Dónde van los que son rechazados, expulsados de sus propios barrios por ese enemigo invisible y poderoso? (En patera a otra parte). Se estudia minuciosamente el proceso de colonización, de la gente que pasa a ocupar los barrios, pero pocos se preocupan de dónde van o cómo van a vivir los que son expulsados.

La ya conocida gentrificación, donde se produce una situación en la que las clases populares son sustituidas por otras más pudientes, evoluciona de forma peligrosa cambiando población por despoblación. Los vecinos ya no tienen derecho a vivir en los barrios de los centros de las ciudades o, mejor dicho, si lo tienen pero no se les permite. En la gentrificación clásica, más lenta, intervenía capital local, pero ahora mercados financieros internacionales son capaces de aportar importantes inyecciones de

capital en poco tiempo. Airbnb sin un solo hotel genera cinco veces más que el mayor grupo hotelero del mundo, Marriott, superándolo en valor de mercado.

El sistema refleja que el problema del turismo, afecta de forma directa a un notable y paralelo problema de vivienda. El parque de viviendas es, como obviedad, el que hay, y detrás de cada inmueble que se vacía para ponerlo en manos del turista no existe más que la crónica de una muerte anunciada con las administraciones como cómplices. Además, en zonas donde como en las islas balearas, su población en temporada vacacional aumenta de forma escandalosa, se produce, como bien señala Jaume Garau, diputado en la comunidad balear, un colapso de las infraestructuras de los servicios públicos, sanidad, limpieza, depuración de agua, tráfico, contaminación, etc. Se ha animado a una buena parte de la población a exiliarse a la periferia y se ha expulsado al sector secundario, al mismo tiempo se produce una usurpación capitalista de la ciudad expresada en clave de especulación masiva, esto es, de terciarización.

ALOJAMIENTO  
TURÍSTICO, ES-  
PACIO PÚBLICO,  
MOVILIDAD, CON-  
TAMINACIÓN Y  
RESIDUOS, MO-  
NOCULTIVO TU-  
RÍSTICO, BA-  
NALIZACIÓN  
DE LA CIUDAD

Como ya se ha apuntado, se pretende el planteamiento de una distopía, una crítica, una llamada de atención, un “cuidado que este camino no es el correcto y puede conducirnos a escenarios nada deseables”. En este sentido, el trabajo, más allá de querer representar una lucha por el control del espacio urbano actual, pretende escenificar las últimas articulaciones de una ciudad irreparable, una Valencia que ya hemos perdido.

Ahora, gracias a los turistas y a las clases medias ávidas de “vida de barrio” y de ambiente multicultural, la zona quedaría libre de la maldición que le había afectado a lo largo de décadas, el ciudadano común. No está situado en el tiempo actual, sino en un hipotético momento de la historia en el que el sistema anteriormente descrito ha sido pervertido hasta su límite más obscuro.

El turista ha tomado a la ciudad como rehén provocando un cambio en la cumbre y anulando a los sujetos a los que antes le pertenecía. En una situación así creada el sistema se las ingeniará con gran rapidez para descubrir que puede funcionar sin la ciudad y que, en cierto modo,

es preferible no recuperarla, pues deshacer la "contaminación" del sistema se torna imposible.

La situación nos lleva a convertir la ciudad actual en una suerte de museo urbano, de parque de atracciones; cambios intrínsecamente relacionados con las consecuencias económico - socio - espaciales a las que el capitalismo feroz a abocado a la ciudad. Una ciudad cuyo funcionamiento no será distinto del de los modernos parques de atracciones temáticos, con su manifiesta imagen falsificada de la vida urbana, todo decorado para una ciudad impostada. En ella se pretende un espacio público tranquilizado y, como los parques de atracciones, permanentemente vigilado por cámaras y guardas, donde los peatones, los turistas, viéndose liberados de cualquier inquietud puedan entregarse al paseo, el ocio y, sobre todo, al consumo. Con todo, su credibilidad es considerable, y en este sentido, la elección de la hipótesis no es arbitraria. El problema, como parte de las realidades observables, ya ha sido ampliamente estudiado y dirige ciertas decisiones de la administración pública y de las empresas más direc-

tamente implicadas. Como ya expresara Guy Debord en *La sociedad del espectáculo*, el capitalismo en su última forma se presenta como una inmensa acumulación de espectáculos en los que todo lo que se vivía directamente se ha ido alejando y se ha convertido en representación. El mundo real se ha transformado en una representación y la vida de los hombres se desprende presentándose como un mundo a parte. La sociedad real esta en una dimensión a parte, en otro lugar. Un lugar donde la economía mercantil no haya adquirido el estatus de soberanía absoluta e irresponsable respecto a la vida social, manipulando la percepción colectiva y adueñándose de la memoria y de la comunicación social para transformarlas en una única mercancía. Hemos convertido Valencia en una marca, un único objeto heterogéneo donde todos sus elementos se han visto simplificados hasta cumplir con unos cánones determinados. La vida real no tiene cabida en un parque de atracciones. Y como esta ciudad ya no sirve, se la dejamos al turista. Construiremos una nueva sobre ella, bajo ella o entre ella. En el contexto de una crisis del espacio urbano, con grandes bloques de



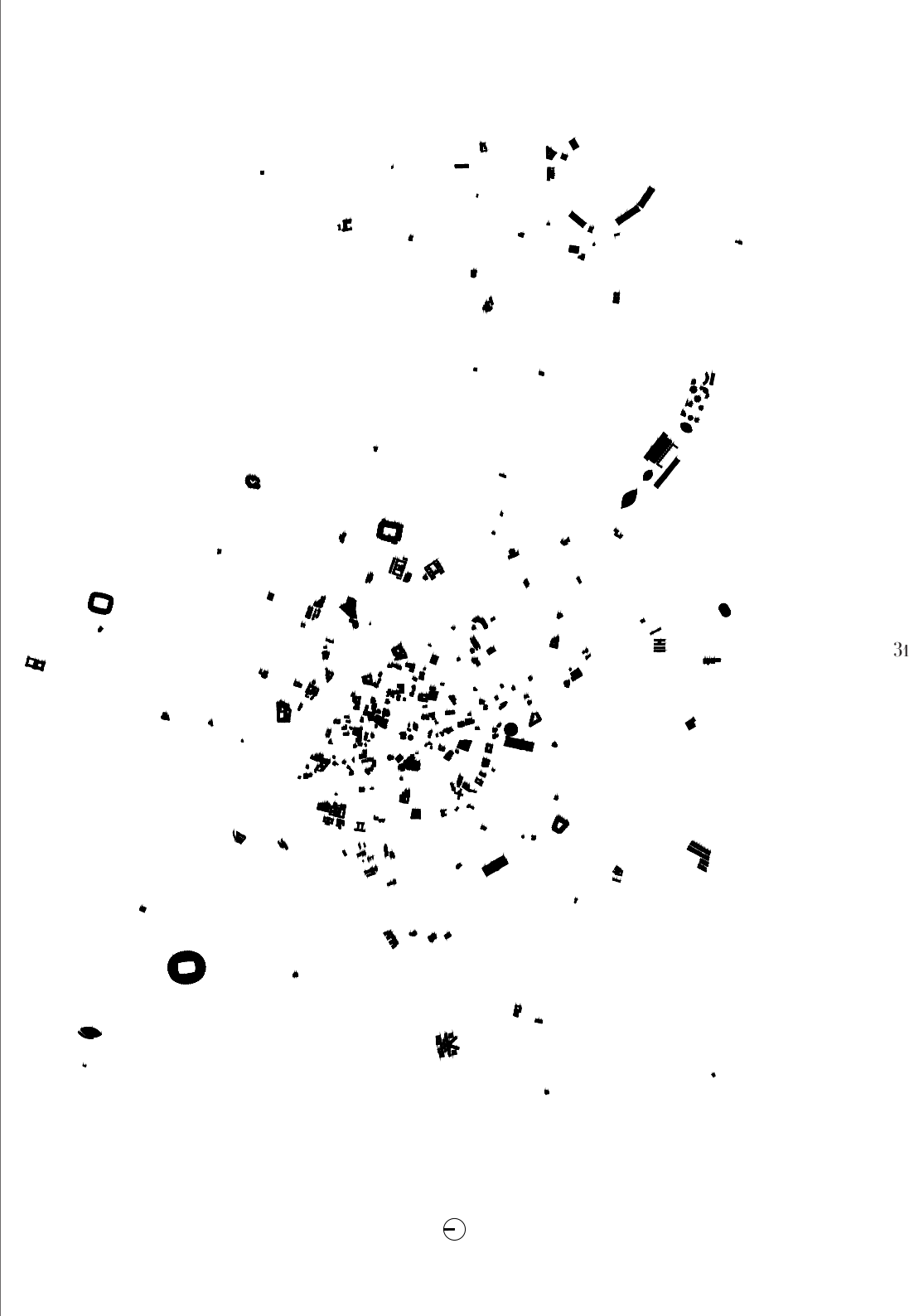
viviendas como antiguos castillos encantados habitados por turistas, el ocio degenerado hasta comercializarse e impudicamente desnaturalizado por el turismo y con las relaciones sociales casi imposibles. Se hace necesaria una arquitectura que responda a las nuevas condiciones sociales, que desde el punto de vista relacional conviertan el nuevo espacio destinado a la ciudad en soporte de experiencias radicalmente nuevas, como centro urbano con voluntad de crear comunidad urbana con un sistema de relaciones sociales y valores culturales.

Construiremos una nueva sobre ella, bajo ella o entre ella. Como ente colonizador, como virus propagador de virus de realidad en un sistema abierto que no describa un edificio sino un espacio relacional, circunstancial y mutable, integrado con otras lógicas, como una red. De un modo similar a como concebía la Internacional Situacionista el “urbanismo unitario”, un sistema que contemple un territorio experimental para el espacio social de una Valencia distópica. Megaestructuralismo social capaz de soportar en su interior la creación de entornos indivi-

duales y colectivos, mezcla de estructuración y fluidez. Escenarios para una vida creativa y nómada. Una extensa sucesión de sistemas cada uno de los cuales podría reorganizarse internamente de forma cambiante para satisfacer las necesidades de sus habitantes temporales. No sustituyendo sino solapando el trazado el trazado de calles y edificios - o utilizando estos - para una construcción espacial continua y elevada que incorpore tanto estructuras residenciales como espacios públicos. Un sistema extenso de construcciones con espacios colgantes y colgados mientras que el suelo, la ciudad, quedaría libre para su nuevo propietario, el turista y el tráfico. El nuevo "homo ludens" ya no estará atado a un lugar de trabajo, vagando libremente, creando y cambiando el espacio en un continuo juego creativo de experimentación.

*O el espacio urbano se convierte en la obra de sus propios usuarios, o será inaceptable.*

Henri Lefebvre



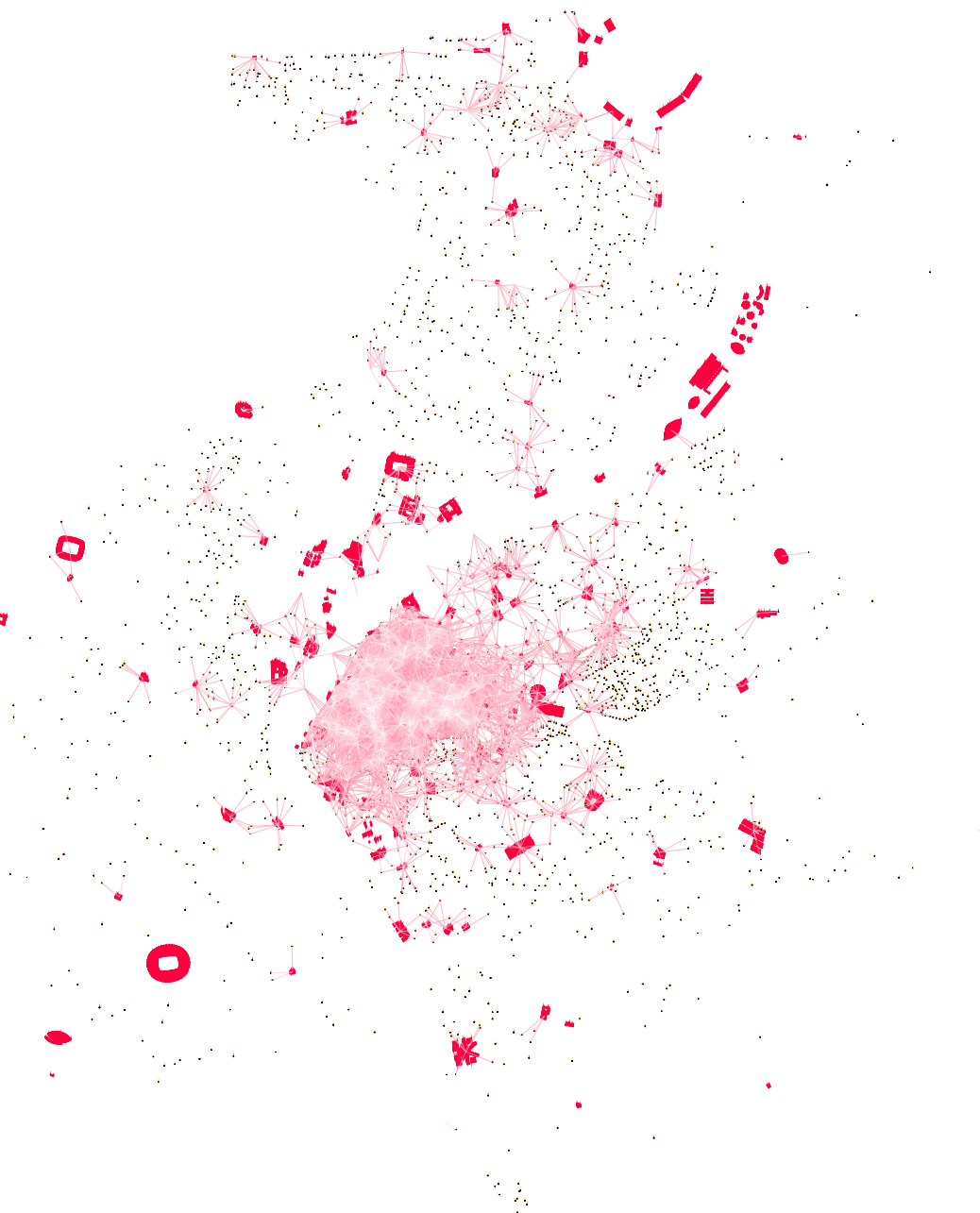
Los datos con los que se han realizado los diferentes análisis que aparecen en este proyecto han sido obtenidos tras un intenso trabajo de “data mining”, debido a que páginas como Airbnb no permiten la consulta de datos masivos, teniendo limitado el número máximo de búsquedas a 300 resultados. En su mayoría, corresponden a datos de Airbnb, web líder en el sector, aunque no incluye las diferentes viviendas turísticas ofertadas en otras plataformas como Rentalia, Booking, Windu, Homeaway, Flipkey o Be-Mate. A su vez, los análisis se han realizado con los datos de enero de 2016, cuando Airbnb contaba con una oferta total de 2.983 alojamientos en Valencia, mientras que a día de hoy el número asciende, según la web Airdna a 6.410, habiendo aumentado en tan solo dos años en más del doble.



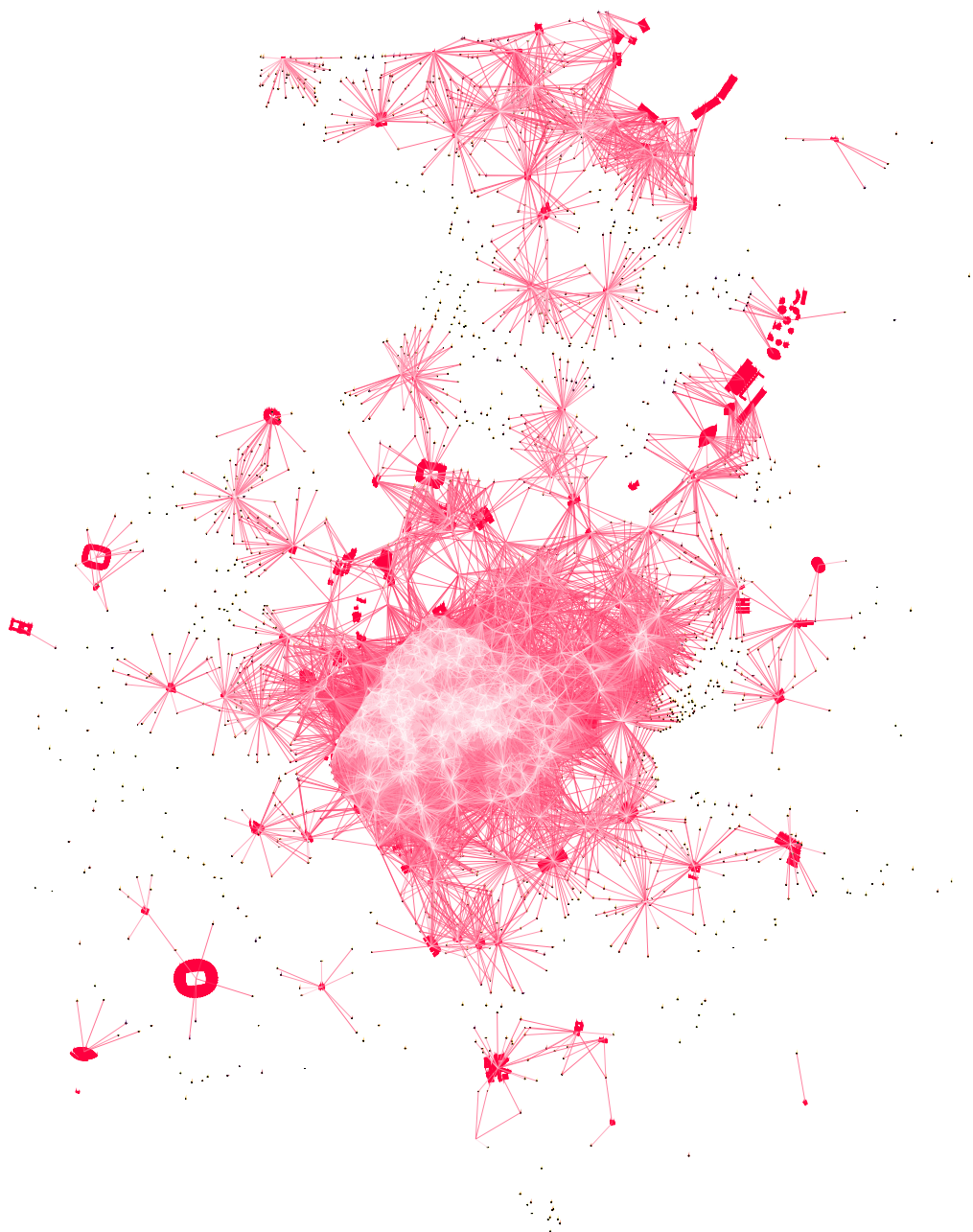
De haber podido obtener estos datos para la realización del estudio los resultados habrían sido mucho más ilustrativos del problema al que nos enfrentamos, pero tras numerosas semanas intentando conseguirlos no me ha sido posible. A pesar de ello, es más que evidente la huella que provoca sobre la ciudad tal cantidad de viviendas cuando se cruzan los datos con los más significativos edificios de interés turístico. Aparece claro como en Ciutat Vella, la zona más perjudicada, seguida de Poblats Marítims y L'Eixample los alojamientos turísticos dejan una fuerte impronta sobre el terreno urbano. Para hacernos una idea de cómo han aumentado en dos años, y teniendo en cuenta que en 2016 contabamos con menos de tres mil, solo en Ciutat Vella en 2018 existen 1.441 apartamentos turísticos, en Poblats Marítims 1.442 y en L'Eixample 637. Solo en estas tres zonas de Valencia ya superamos en número al total de apartamentos de 2016 y ello contando únicamente los pertenecientes a la web Airbnb.



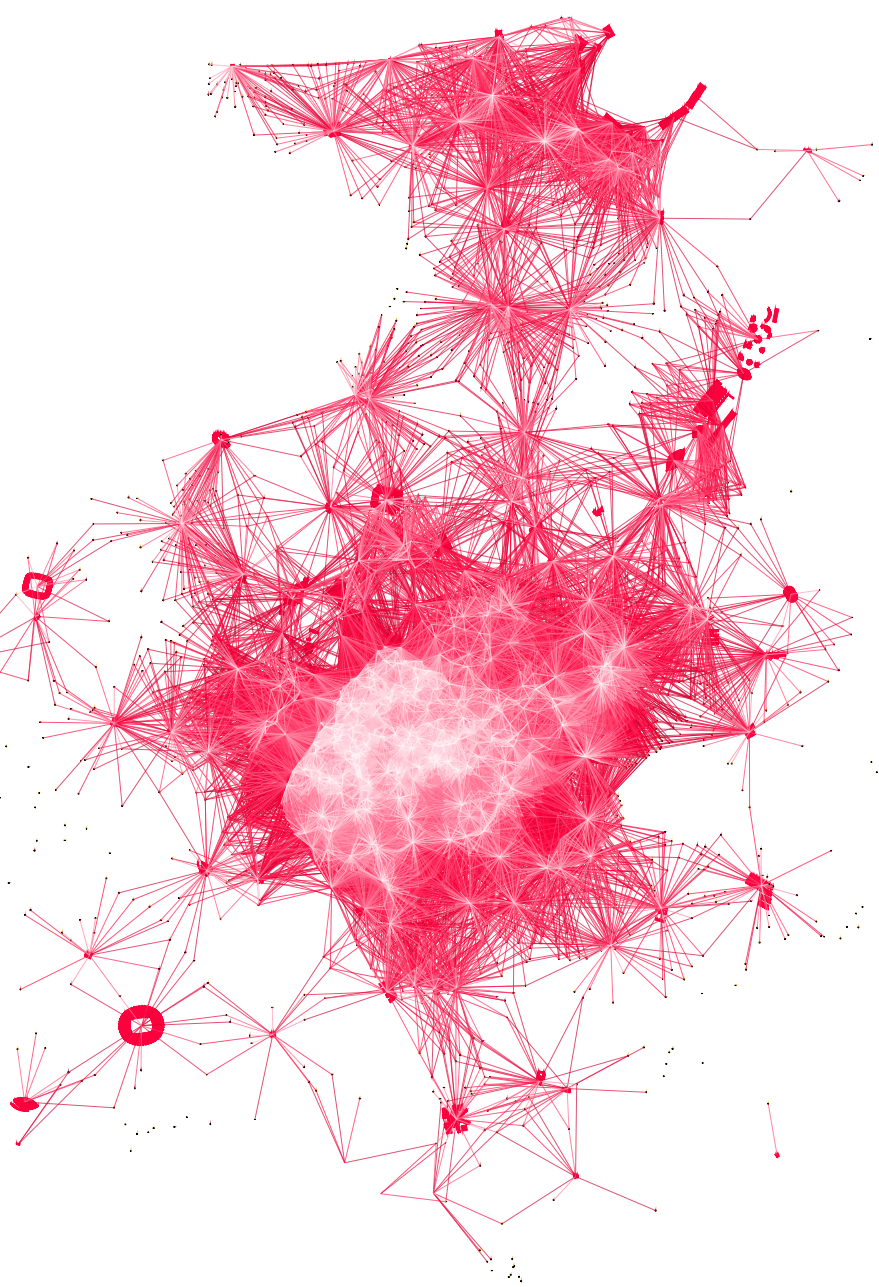




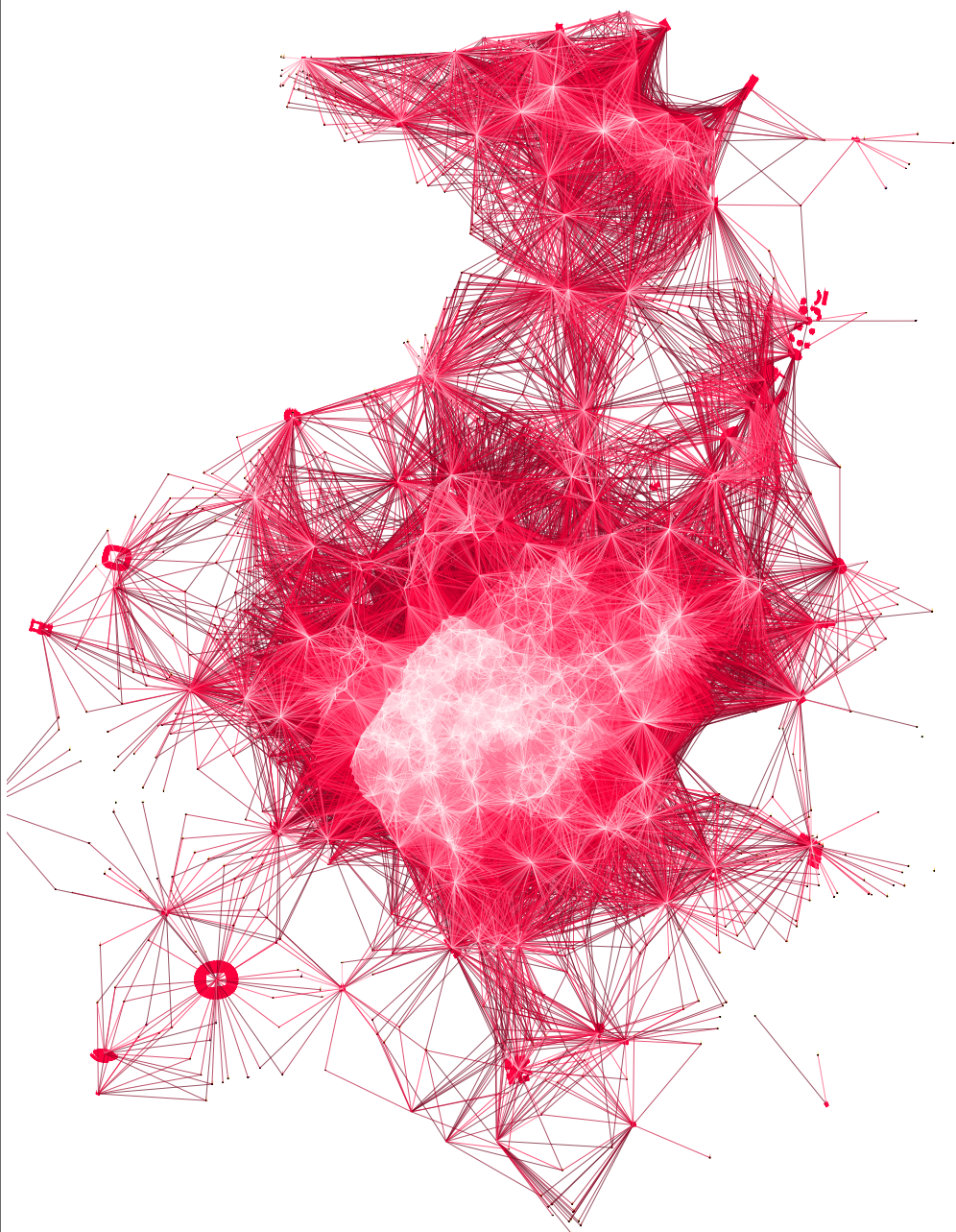
200 m



38



600 m



39

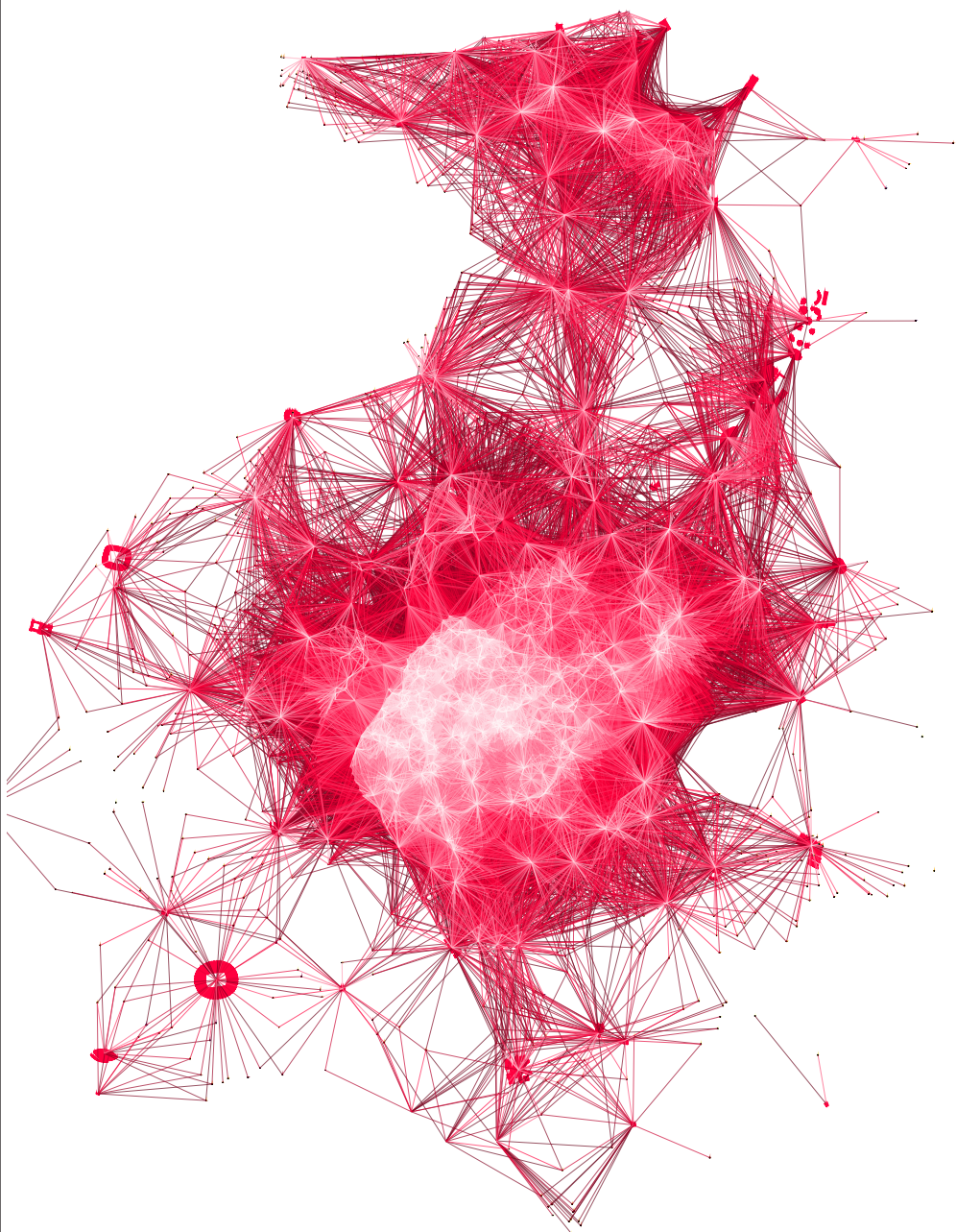


800 m

Cruzando estos datos con los índices demográficos de las diferentes zonas de la ciudad se observa cómo barrios como Ciutat Vella, con una densidad de población realmente baja en comparación con sus barrios vecinos, posee la mayor huella sobre el territorio, provocando un importante impacto económico y social. La enorme oferta turística que existe en la zona, el abrumador número de pisos destinados al alquiler turístico, contrasta de una forma escabrosa con el reducido número de vecinos que habitan el barrio.

Si Ciutat Vella no ha sido tomada ya por el turista, su fin está próximo.





1.000 m

## ÍNDICE DE CITAS

1. Bey, Hakim (1994). "Voyage intentionnel = Overcoming tourism" en *Hakim Bey*
2. Marco, V. (2017). "Barris de turistes o barris de veïns?" en *Valencia Plaza*.
3. Fortún Pérez de Ciria, L. J. (2007). "La vida y los viajes de Javier", *Desafíos y compromisos del turismo: hacia una visión más humana*.
4. Aguirre, Adriana (2014). "Pros"tourist"ución" en *Arquitectura Política*. Así mismo, la autoría del término *pros"tourist"ución*, corresponde a Adriana Aguirre.
5. Zafra Alcaraz, Remedios (2010). "Un Cuarto Propio Conectado : (Ciber)Espacio y (Auto)Gestión Del Yó." *Un Cuarto Propio Conectado : (Ciber)Espacio y (Auto)Gestión Del Yó*.
6. Borja, J. (2015). *Smart cities: Negocio, poder y ciudadanía*.
7. Jordá, E.
8. Moreno, A. (2017). "La masificación turística, un problema que niegan los que hablan de 'turismofobia'" en *Cuarto Poder*. España.
9. Sánchez, J. (2017). "Cada vez que usas Airbnb te estás cargando una ciudad que amas" en *GQ*.
10. Delgado, M. (2010). *La Ciudad Mentirosa. : Fraude Y Miseria Del "modelo Barcelona"*.
11. Montaner, J. M. (2006). "Viviendas, barrios y paisajes", en *El País*.
12. Delgado, M. (2010). *La Ciudad Mentirosa. : Fraude Y Miseria Del "modelo Barcelona"*.
13. Fernández, L. (2016). "Turismofobia: la revuelta en España contra los guiris", en *El Mundo*.

## BIBLIOGRAFÍA

Andreotti, L., Costa, X., & Museu d'Art Contemporani de Barcelona. (1996). *Situacionistas : Arte, Política, Urbanismo = Situacionists : Art, Politics, Urbanism*.

Aguirre Such, A. (2014). "Barcelona: ¿Es posible un modelo turístico más allá de la ciudad marca?" en *Paisaje Transversal*. España. <<http://www.paisajetransversal.org/2014/03/barcelona-turismo-gentrificacion.html>> [Consulta: 20 de noviembre de 2017].

Barbería, J. L. (2017). "Turismofobia, ciudades de alquiler" en *El País Semanal*. España. <[https://elpais.com/elpais/2017/08/06/eps/1501970746\\_150197.html](https://elpais.com/elpais/2017/08/06/eps/1501970746_150197.html)> [Consulta: 28 de noviembre de 2017].

Bauman, Z., Rosenberg, M., & Arrambide Squirru, J. (2017). *Modernidad Líquida*.

Bezerra, Éder Danilo, Conceição Melo Silva Luft, Maria, & Rocha Dacorso, Antonio Luiz. (2012). El turismo en la sociedad de la información: Un abordaje conceptual sobre el "pos-turismo. *Estudios Y Perspectivas En Turismo*, 21(5), 1262-1280.

Bey, Hakim (1994). "Voyage intentionnel = Overcoming tourism" en *Hakim Bey*: <<http://www.t0.or.at/hakimbey/hakimbey.htm>> [Consulta: 16 de septiembre de 2017].

Borja, Jordi. (2007). Revolución y contrarrevolución en la ciudad global: las expectativas frustradas por la globalización de nuestras ciudades. *EURE (Santiago)*, 33(100), 35-50.

Borja, Jordi. (2009). Las ciudades como actores políticos. *América Latina Hoy*, 45, *América Latina Hoy*, 01 November 2009, Vol.45.

Borja, Jordi. (2016). La vivienda popular, de la marginación a la ciudadanía. *Geograficando*, 12(2), e009.

Cardoso Jimenez, Castillo Nechar, & Hernandez Vega. (2014). Sosteniendo al turismo o turismo sostenible (TS) reflexiones teoricas. *Estudios Y Perspectivas En Turismo*, 23(2), 376-395.

Casado, D. (2016). "El 'hotel Airbnb' se hace fuerte en Malasaña y ya ofrece más de 1.100 alojamientos" en *Somos Malasaña. España*. <<https://www.somosmalasana.com/hotel-airbnb-fuerte-en-malasana-y-ya-ofrece-mas-de-1-100-alojamientos/>> [Consulta: 15 de noviembre de 2017].



Casado, D. (2017). “Récord de viviendas Airbnb en Madrid centro: suben un 42% en seis meses” en *Somos Malasaña*. España. <<https://www.somosmalasana.com/record-de-viviendas-airbnb-en-madrid-centro-suben-un-42-en-seis-meses/>> [Consulta: 15 de noviembre de 2017].

Casado, D. (2017). ““Tenemos un problemón: así se posicionan los políticos ante la turistificación de Madrid” en *Somos Malasaña*. España. <<https://www.somosmalasana.com/tenemos-un-problemon-asi-se-posicionan-los-politicos-ante-la-turistificacion-de-madrid/>> [Consulta: 15 de noviembre de 2017].

Casado, D. (2017). ““Tenemos un problemón: así se posicionan los políticos ante la turistificación de Madrid” en *Somos Malasaña*. España. <<https://www.somosmalasana.com/tenemos-un-problemon-asi-se-posicionan-los-politicos-ante-la-turistificacion-de-madrid/>> [Consulta: 15 de noviembre de 2017].

Casado, D. (2017). “Los pisos turísticos crecen exponencialmente en Madrid centro y alcanzan el 12% de las viviendas” en *Somos Malasaña*. España. <<https://www.somosmalasana.com/los-pisos-turisticos-crecen-exponencialmente-en-madrid-centro-y-alcanzan-el-12-de-las-viviendas/>> [Consulta: 15 de noviembre de 2017].

Casado, D. (2017). “La mayoría de pisos que ofrece Airbnb en Madrid serían más rentables en alquileres a largo plazo” en *Somos Malasaña*. España. <<https://www.somosmalasana.com/la-mayoria-de-pisos-que-ofrece-airbnb-en-madrid-serian-mas-rentables-en-alquileres-a-largo-plazo/>> [Consulta: 15 de noviembre de 2017].

Congreso UNJES de Turismo 2006 Javier, Navarra. (2007). *Desafíos Y Compromisos Del Turismo : Hacia Una Visión Más Humana*.

Costa Morata, P. (2017). “De vaca sagrada a burbuja insostenible (pasando por la gran prostitución)” en *Cuarto Poder*. España. <<https://www.cuartopoder.es/ideas/opinion/2017/08/20/turismo-masivo-de-vaca-sagrada-a-burbuja-insostenible-pasando-por-la-gran-prostitucion/>> [Consulta: 10 de noviembre de 2017].

Debord, G. (2002). *La Sociedad Del Espectáculo*.

Delgado, M. (1999). *El Animal Público : Hacia Una Antropología De Los Espacios Urbanos*.

Delgado, M. (2010). *La Ciudad Mentirosa. : Fraude Y Miseria Del “modelo Barcelona”*.

El Boletín. (2017). “El presidente de AC Hoteles: “Sobran turistas, el sector está saturado” en *El Boletín*. España. <<http://www.elboletin.com/noticia/452169/economia-el-presidente-de-ac-hoteles-sobran-turistas-el-sector-esta-saturado.html>> [Consulta: 02 de noviembre de 2017].

Fairbnb. Community Powered Tourism. < <https://airbnb.coop/es/> > [Consulta: 10 de noviembre de 2017].

Fernández, L. (2016). "Turismofobia: la revuelta en España contra los guiris" en *El Mundo*. España. < <http://www.elmundo.es/papel/historias/2016/07/11/377e820be2704ea4088b45cf.html> > [Consulta: 20 de diciembre de 2017].

Filgueiras Nodar, José María. (2012). La moralización del turismo: Reflexiones críticas y visiones alternativas. *Estudios Y Perspectivas En Turismo*, 21(4), 838-855.

García Garza, Domingo. (2013). Sociología del turismo. *Estudios Sociales*, 21(41), 316-319.

Gascón, Jordi. (2016). Deconstruyendo el derecho al turismo. Revista CIDOB D'afers Internacionals, (113), *Revista CIDOB d'afers internacionals*, 2016, Issue 113.

Han, B., Byung-Chul, H., & E-libro/Ebrary. (2013). *La Sociedad De La Transparencia*.

Lois, L. (2016). "No nos vamos, nos echan del barrio" en *Somos Malasana*. España. < <http://www.somosmalasana.com/no-nos-vamos-nos-echan-del-barrio/> > [Consulta: 15 de noviembre de 2017].

López de Lucio, R. (2017). "Henri Lefebvre y El derecho a la ciudad, cincuenta años después" en *Paisaje Transversal*. España. <<http://www.paisajetransversal.org/2017/06/Henri-Lefebvre-el-derecho-la-ciudad-reedicion-Capitan-Swing-critica-ramon-lopez-de-lucio.html>> [Consulta: 20 de noviembre de 2017].

Manzini, E. (1992). *Artefactos : Hacia Una Nueva Ecología Del Ambiente Artificial*.

Marco, V. (2017). "Barris de turistes o barris de veïns?" en *Valencia Plaza*. España. <<http://www.valenciaplaza.com/barris-de-turistes-o-barris-de-veins>> [Consulta: 10 de octubre de 2017].

Moreno, A. (2017). "La masificación turística, un problema que niegan los que hablan de 'turismofobia'" en *Cuarto Poder*. España. <<https://www.cuartopoder.es/ideas/2017/08/13/la-masificacion-turistica-un-problema-que-niegan-los-que-hablan-de-turismofobia/>> [Consulta: 10 de noviembre de 2017].

Pardo Rivacoba, D. (2017). "Sobre-explotación turística: Barcelona no está en venta" en *Sin Permiso*. España. <<http://www.sinpermiso.info/textos/sobre-explotacion-turistica-barcelona-no-esta-en-venta>> [Consulta: 02 de noviembre de 2017].

Pérez, A. (2016). "Los alquileres se disparan en Malasaña: suben entre un 10% y un 15% en tres meses" en *Somos Malasaña*. España. <<https://www.somosmalasana.com/los-alquileres-se-disparan-en-malasana-suben-entre-un-10-y-un-15-en-tres-meses/>> [Consulta: 15 de noviembre de 2017].

Público (2017). "Lavapiés se manifiesta con ironía por los derechos de los turistas" en *Público*. España. <<http://www.publico.es/sociedad/lavapiés-manifiesta-ironía-derechos-turistas.html>> [Consulta: 02 de noviembre de 2017].

Quesada, E., García Triviño, E., Psegiannaki, K., & Carrasco Hidalgo, A. (2015). *Comunidad, Común, Comuna*.

Sánchez, J. (2017). "Cada vez que usas Airbnb te estás cargando una ciudad que amas" en *GQ*. <<http://www.revistagq.com/noticias/articulos/turistificacion-airbnb/25908>> [Consulta: 02 de noviembre de 2017].

Subirats, E. (1973). *Textos Situacionistas : Crítica a La Vida Cotidiana*.

Romita, Tullio. (2011). Del turismo al turismo de nicho.: Algunas consideraciones sobre las perspectivas del turismo en la sociedad postmoderna. *Gran Tour*, (3), 101-111.

Urban Data Analytics. <<http://www.urbandataanalytics.com>> [Consulta: 10 de noviembre de 2017].

Vargas, J. (2017). "Los pisos turísticos devoran la ciudad: consecuencias del 'efecto Airbnb'" en *Público*. España. <<http://www.publico.es/sociedad/turistificacion-pisos-turisticos-devoran-ciudad.html>> [Consulta: 01 de noviembre de 2017].

Vargas, J. (2017). "Manual para echar al inquilino ejemplar" en *Público*. España. <<http://www.publico.es/sociedad/manual-echar-inquilino-ejemplar.html>> [Consulta: 02 de noviembre de 2017].

Veracruz, S. (2016). "FairBnB o cómo remediar que Ámsterdam se convierta en un hotel" en *Paisaje Transversal. España*. <<http://www.paisajetransversal.org/2016/07/fairbnb-o-como-remediar-que-amsterdam-se-convierta-en-un-hotel-sito-veracruz.html>> [Consulta: 20 de noviembre de 2017].

Zafra Alcaraz, Remedios. "Un Cuarto Propio Conectado : (Ciber)Espacio y (Auto)Gestión Del Yo." *Un Cuarto Propio Conectado : (Ciber)Espacio y (Auto)Gestión Del Yo*, 2010.

Zweig, S. (1926) "Viajar o "ser viajado." *Clásicos del periodismo literario alemán*.

$IV=0$

N